

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN HARGA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS PELANGGAN IM3 MADIUN)

Aloysius Rangga Aditya Nalendra

AMIK BSI TANGERANG
Jl. Daan Mogot no 31 Tangerang
rangga280@gmail.com

Abstract—*This research analyzed about the relationship between service quality, price, customer satisfaction and consumer loyalty of Indosat IM3 customer. The problems happened because of the lack of satisfaction of customers towards Indosat IM3 service, the quality of Indosat IM3 service that still needs improvement, and the price offered by Indosat IM3 which still felt less competitive so that it affects customer loyalty. Madiun city was chosen as the location of this research because the development of economic is grown fastly. The writer used the method of descriptive quantitative with survey method as the tool. While for collection data, the writer used purposive sampling with the number of respondents were 150. Moreover, for analyzing the data, the writer applied the multiple linear regression equation, correlation and the path analysis. The aim of this research is to describe the variables that give the influence to the consumer loyalty. The writer finds the result that there are positive and significant for every variables that give the influence of consumer loyalty.*

Key Words : *Customer, Price, Service Quality*

Intisari—Penelitian ini menganalisis tentang hubungan antara kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen pelanggan Indosat IM3. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini muncul karena ketidakpuasan pelanggan terhadap layanan Indosat IM3, kualitas layanan Indosat IM3 yang masih perlu perbaikan, serta harga yang ditawarkan oleh Indosat IM3 yang masih dirasa kurang kompetitif sehingga hal tersebut mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kota Madiun dipilih sebagai lokasi penelitian ini karena perkembangan ekonomi berkembang dengan pesat. Penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan metode survei sebagai alat. Sedangkan untuk pengumpulan data, penulis menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Selain itu, untuk menganalisis data, penulis menerapkan persamaan regresi linier berganda, korelasi dan analisis jalur. Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan variabel-variabel yang memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penulis menemukan hasil bahwa setiap variabel secara positif dan signifikan memberikan pengaruh kepada loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen*

PENDAHULUAN

Indosat mempunyai visi “menjadi perusahaan penyedia solusi informasi dan komunikasi pilihan; menawarkan produk, layanan, dan solusi informasi dan komunikasi yang lengkap dan berkualitas; berada pada “Top-Of-Mind” pelanggan dalam menyediakan produk, layanan, dan solusi informasi dan komunikasi; menyediakan produk dan layanan yang dapat meningkatkan kualitas hidup dari masyarakat yang dilayani”. Adapun misi Indosat “Menyediakan dan mengembangkan produk, layanan dan solusi inovatif dan berkualitas untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para pelanggan; meningkatkan shareholder value secara terus menerus; mewujudkan kualitas kehidupan yang lebih baik”.

Kota Madiun, adalah sebuah kota di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini terletak 160 km sebelah Barat Kota Surabaya, atau 111 km sebelah Timur Kota Surakarta. Secara geografis Kota Madiun mempunyai luas 33,23 Km² dengan posisinya yang cukup strategis menjadikan Madiun berada di jalur utama Surabaya-Yogyakarta. Kota ini juga menjadi persimpangan jalur menuju Ponorogo dan Pacitan ke arah selatan. Sehingga dari letak geografis yang cukup strategis membuat kota Madiun menjadi kota yang potensial bagi investor menanamkan modal di Madiun tak terkecuali bagi penyedia jasa komunikasi. Dari data statistik selama periode 2013-2016, sektor-sektor primer mengalami kenaikan dari 2,61% menjadi 3,18%. Sektor sekunder

(industri) juga mengalami kenaikan dari 40% menuju 59%. Sektor tersier meningkat dari 57,32% menjadi 58,45% (Madiun, 2016) yang semakin menegaskan arah pertumbuhan Kota Madiun sebagai pusat perdagangan untuk daerah Jawa Timur. Hal ini membuat perusahaan penyedia jasa komunikasi berlomba-lomba untuk mengisi ceruk pasar komunikasi di daerah Madiun. Dengan pertimbangan letak geografis yang sangat strategis serta pertumbuhan ekonomi yang baik, Indosat berusaha memenangkan pasar Madiun sehingga Kota Madiun dapat tercover oleh IM3 sebagai salah satu produk jasa layanan komunikasi oleh Indosat. Permasalahannya adalah banyaknya penyedia layanan seluler tumbuh subur bak cendawan di wilayah Madiun. Dengan melihat kondisi tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan konsumen IM3 di Kota Madiun.

Berdasarkan wawancara dengan *customer service* PT Indosat di Madiun, penulis mendapatkan kesan bahwa PT Indosat masih memerlukan peningkatan loyalitas pelanggan agar dapat meningkatkan daya saing dengan kompetitor lainnya. Perlunya peningkatan loyalitas tersebut terjadi karena banyaknya pelanggan yang beralih ke provider lain. Hal itu merupakan imbas dari harga Indosat IM3 dirasa sangat mahal (Juliasari & Hakim, 2011) dengan beberapa kompetitor hal ini dituturkan langsung oleh beberapa customer yang peneliti temui. Terlebih adanya keluhan soal jaringan serta kualitas layanan Indosat seperti sinyal yang kadang bermasalah, kecepatan internet (Pertiwi & Widiyanto, 2015) serta pelayanan lainnya yang dirasa masih perlu adanya peningkatan sehingga konsumen belum merasa puas terhadap pelayanan Indosat IM3. Dari beberapa masalah tersebut, maka peneliti berusaha untuk meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen Indosat IM3. Dengan penelitian ini, penulis merumuskan masalah tersebut menjadi tiga masalah. Permasalahan pertama adalah apakah terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Indosat? Permasalahan kedua adalah apakah terdapat pengaruh variabel harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Indosat? Permasalahan ketiga adalah apakah terdapat pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Indosat.

Untuk melakukan penelitian ini, penulis merujuk kepada penelitian lain yang telah

dilakukan oleh penelitian terdahulu. Berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu seperti hasil penelitian Mediasiwaskito Budi Susetyo yang menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan (Susetyo, 2010). Selain itu Pongoh menjelaskan bahwa variabel harga ternyata berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan (Pongoh, 2013). Lebih lanjut Pratiwi dalam penelitiannya menghasilkan kesimpulan bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas (Pratiwi, 2010). Berangkat dari uraian tersebut maka penulis menganalisa adanya pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan kartu seluler IM3 Indosat di Madiun. Berdasarkan paparan tersebut maka dapat diperkirakan bahwa Loyalitas Konsumen pengguna kartu GSM Indosat IM3 dipengaruhi oleh 3 variabel bebas yakni variabel kualitas pelayanan, variabel harga, dan variabel kepuasan pelanggan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Indosat, menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Indosat serta menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu Indosat IM3.

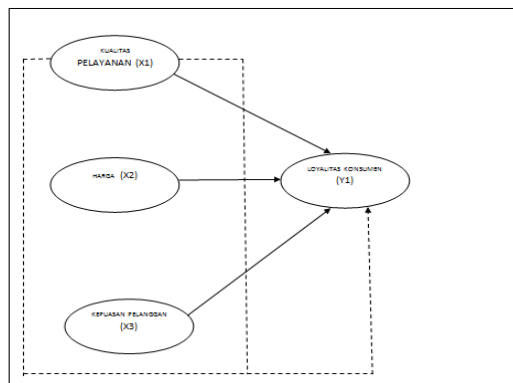
BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan kepada para pengguna kartu GSM Indosat khususnya pengguna kartu GSM IM3 di wilayah Madiun. Tempat penelitian ini adalah di Sekolah Hotel Dan Kapal Pesiar Neptune Madiun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan secara korelasional. Hal ini dilakukan untuk mengungkapkan hubungan antara tiga variabel bebas dengan satu variabel terikat. Fakta empiris ini diperoleh melalui survei lapangan terhadap mahasiswa-mahasiswa Sekolah Hotel Dan Kapal Pesiar Neptune Madiun. Pendekatan umum yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dimana elemen populasi dipilih atas dasar *availabilitas*nya (misalnya karena mereka memang dengan sukarela mau menjadi responden) atau karena pertimbangan pribadi peneliti bahwa mereka dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2006). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah *purposive sampling*. Teknik ini dipilih atas dasar pertimbangan peneliti bahwa informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi bagi penelitian. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah para karyawan, tenaga pengajar dan mahasiswa Sekolah Kapal Pesiar Neptune di Madiun dengan jumlah sample responden sebesar 150 orang yang dihitung dengan menggunakan rumus *Slovin*. Penulis mendapatkan data melalui kuisioner yang telah dilakukan beragam uji. Adapun skala yang digunakan di dalam kuisioner adalah *skala likert*. Pengukuran melalui skala Likert digunakan dengan lima tingkatan yang diberi skor sebagai berikut (Sugiyono, 2006):

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban ragu ragu (RR)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

Di dalam penelitian ini, penulis mengembangkan kerangka penelitian sebagai berikut:



Sumber : Nalendra (2017)

Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dari kerangka penelitian tersebut dapat dijelaskan beberapa hipotesis sebagai landasan kerangka penelitian ini. Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang masih harus diuji kebenarannya (Arikunto, 2006). Hipotesis pertama adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh provider kartu Indosat dalam rangka memuaskan konsumen. Dengan meningkatkan kualitas layanan kartu Indosat, pelanggan akan memiliki sikap loyal terhadap kartu Indosat. Hal ini senada dengan pendapat Widjoyo. Dalam penelitiannya Widjoyo berpendapat bahwa salah satu yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan (Widjoyo

et al., 2014). Sehingga berangkat dari uraian tersebut dapat ditarik sebuah hipotesis mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yakni dapat dirumuskan menjadi:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan

Hipotesis kedua adalah harga. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa mahal, penyerahan produk yang lambat dapat mengakibatkan pelanggan tidak puas (Suliyanto, 2013). Keputusan penentuan harga demikian penting dalam menemukan seberapa jauh sebuah layanan jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun tingkat loyalitas konsumen. Penentuan harga sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh jasa layanan tersebut bersifat tidak berwujud. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi bahwa kualitas jasa macam apa saja yang akan menjadi konsumen terima (Manus & Lumanauw, 2015). Hal terpenting adalah berbagai keputusan penentuan harga tersebut harus konsisten dengan keseluruhan strategi pemasaran. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibanding manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif sehingga tingkat loyalitas konsumen juga akan menurun, begitu sebaliknya (Dharmamesta, 2004). Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Ramaz, Mandiri, & Jaka, 2014). Konsumen akan setia atau loyal terhadap suatu merek bila konsumen mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan tersebut perlu mengatur strategi pemasaran agar konsumen tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan. Apabila produk tersebut memberi kepuasan bagi konsumen, maka konsumen akan tetap setia menggunakan merek tersebut dan berusaha untuk membatasi pembelian produk lain (Aryani & Rosinta, 2010). Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

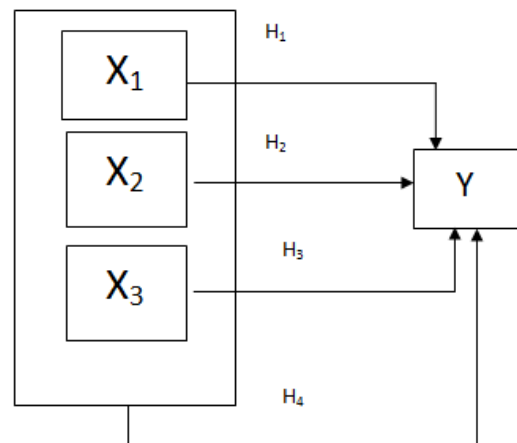
H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh provider kartu Indosat dalam rangka memuaskan konsumen. Dengan meningkatkan kualitas layanan kartu Indosat, pelanggan akan memiliki sikap loyal terhadap kartu Indosat. Sedangkan harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sanjaya & Prasatyo, 2016). Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat dapat mengakibatkan pelanggan tidak puas. Kepuasan pelanggan merupakan suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Dharmamesta, 2004). Konsumen akan setia atau loyal terhadap suatu merek bila konsumen mendapatkan kepuasan dari merek tersebut. Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan hipotesis ke empat sebagai berikut:

H4 : Kualitas pelayanan (X1), harga (X2), kepuasan konsumen (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan (Y)

Dari hasil paparan hipotesis tersebut maka dapat dihasilkan desain rancangan penelitian. Desain rancangan penelitian bertujuan sebagai gambaran umum mengenai bentuk penelitian ini. Penelitian ini berbentuk penelitian kuantitatif yang mengukur hubungan korelasi antara variabel dependen dengan variabel independen (Sugiyono, 2006). Adapun desain penelitian ini adalah:

- 1 : X1 yaitu kualitas layanan dan variabel dependen adalah loyalitas konsumen
- 2 : X2 adalah harga dan variabel dependen adalah loyalitas konsumen
- 3 : X3 adalah kepuasan pelanggan dan variabel dependen adalah loyalitas konsumen



Sumber : Nalendra (2017)

Gambar 2. Desain Rancangan Penelitian

Sebelum melakukan analisis regresi maka penulis melakukan berbagai macam teknik untuk mengumpulkan data. Adapun teknik yang dilakukan adalah dengan melakukan baik pengujian persyaratan analisis maupun melakukan pengujian hipotesis. Salah satu teknik pengumpulan data dalam menguji persyaratan analisis adalah dengan menggunakan uji validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Gozali, 2001). Sedangkan uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Gozali, 2001). Setelah melakukan uji persyaratan analisis maka didapat bahwa skor yang diperoleh untuk setiap variabel penelitian telah memenuhi syarat maka dilakukan pengujian statistik lebih lanjut, yaitu pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis bertujuan untuk menganalisa data serta menguji empat hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas konsumen.
3. Terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
4. Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen

secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen.

Hipotesis statistik didefinisikan sebagai pernyataan matematis tentang parameter populasi yang akan diuji sejauh mana suatu data sampel mendukung kebenaran hipotesis tersebut (Gujarati, 2009). Berdasarkan pemaparan tersebut penulis merumuskan hipotesis statistiknya. Adapun hipotesis statistiknya adalah :

1. H_0 : Kualitas Pelayanan (X_1) tidak berpengaruh kepada loyalitas (Y)
 H_1 : Kualitas Pelayanan (X_1) X_1 berpengaruh kepada loyalitas (Y)
2. H_0 : Harga (X_2) tidak berpengaruh kepada loyalitas (Y)
 H_1 : Harga (X_2) berpengaruh kepada loyalitas (Y)
3. H_0 : Kepuasan pelanggan (X_3) tidak berpengaruh kepada loyalitas (Y)
 H_1 : Kepuasan pelanggan (X_3) berpengaruh kepada loyalitas (Y)
4. H_0 : Kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Kepuasan pelanggan (X_3) tidak berpengaruh bersama-sama kepada loyalitas (Y)
 H_1 : Kualitas pelayanan (X_1), Harga (X_2), Kepuasan pelanggan (X_3) berpengaruh bersama-sama kepada loyalitas (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan analisis regresi maupun pengujian hipotesis terlebih dulu dilakukan uji persyaratan analisis yaitu persyaratan yang harus dipenuhi agar analisis dapat dilakukan, baik untuk keperluan memprediksi maupun untuk keperluan pengujian hipotesis. Uji validitas instrumen diuji menggunakan korelasi skor butir dengan skor total *Spearman Rank*. Kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dianggap valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid (*drop*), sehingga instrumen tersebut tidak dapat digunakan dalam penelitian (Cooper, 2005). Penentuan r_{tabel} mengacu pada tabel nilai-nilai Rho dengan ketentuan $df = n - 2$. Uji coba instrumen dilakukan terhadap 30 sampel sehingga $df = 30 - 2 = 28$, sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,377$.

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas Instrumen
Kualitas Pelayanan (X_1)**

No	Nomor Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Jumlah Item	Keterangan
1.	1	0,396	0,377	30	Valid

2.	2	0,411	0,377	30	Valid
3.	3	0,422	0,377	30	Valid
4.	4	0,640	0,377	30	Valid
5.	5	0,655	0,377	30	Valid
6.	6	0,581	0,377	30	Valid
7.	7	0,566	0,377	30	Valid
8.	8	0,567	0,377	30	Valid
9.	9	0,476	0,377	30	Valid
10.	10	0,585	0,377	30	Valid
11.	11	0,406	0,377	30	Valid
12.	12	0,544	0,377	30	Valid
13.	13	0,607	0,377	30	Valid
14.	14	0,451	0,377	30	Valid
15.	15	0,347	0,377	30	Tidak Valid

Sumber : Nalendra (2017)

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan bahwa dari 15 butir pertanyaan variabel kualitas pelayanan, setelah dilakukan uji coba maka butir yang valid sebanyak 14 butir yaitu butir 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan butir yang tidak valid sebanyak 1 butir yaitu butir 15. Butir yang valid akan digunakan sedangkan butir yang tidak valid akan di delete dan tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X_2)

No	Nomor Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Jumlah Item	Keterangan
1.	16	0,835	0,377	30	Valid
2.	17	0,824	0,377	30	Valid
3.	18	0,767	0,377	30	Valid

Sumber : Nalendra (2017)

Berdasarkan tabel 2 dapat disimpulkan bahwa dari 3 butir pertanyaan variabel harga, setelah dilakukan uji coba maka semua butir valid dan akan digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen (X_3)

No	Nomor Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Jumlah Item	Keterangan
1.	19	0,460	0,377	30	Valid
2.	20	0,319	0,377	30	Tidak Valid
3.	21	0,657	0,377	30	Valid
4.	22	0,672	0,377	30	Valid
5.	23	0,599	0,377	30	Valid
6.	24	0,492	0,377	30	Valid
7.	25	0,599	0,377	30	Valid
8.	26	0,636	0,377	30	Valid

Sumber : Nalendra (2017)

Berdasarkan tabel 3 dapat disimpulkan bahwa dari 8 butir pertanyaan variabel kepuasan konsumen, setelah dilakukan uji coba maka butir yang valid sebanyak 7 butir yaitu butir 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26 karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan butir yang tidak valid sebanyak 1 butir yaitu butir 20. Butir yang valid akan digunakan sedangkan butir yang tidak valid

akan di delete dan tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Konsumen (Y)

No	Nomor Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Jumlah Item	Keterangan
1.	27	0,526	0,377	30	Valid
2.	28	0,850	0,377	30	Valid
3.	29	0,856	0,377	30	Valid
4.	30	0,851	0,377	30	Valid
5.	31	0,798	0,377	30	Valid
6.	32	0,636	0,377	30	Valid

Sumber : Nalendra (2017)

Berdasarkan tabel 4 dapat disimpulkan bahwa dari 6 butir pertanyaan variabel loyalitas konsumen, setelah dilakukan uji coba maka semua butir valid dan akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam uji ini tidak ada yang tidak valid sehingga tidak kuisioner yang harus di delete.

Untuk mendapatkan keandalan alat ukur yang digunakan adalah koefisien alpha *cronbach* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Gozali, 2001)

Tabel 5 Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,782	Reliabel
2.	Harga	0,765	Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen	0,704	Reliabel
4.	Loyalitas Konsumen	0,846	Reliabel

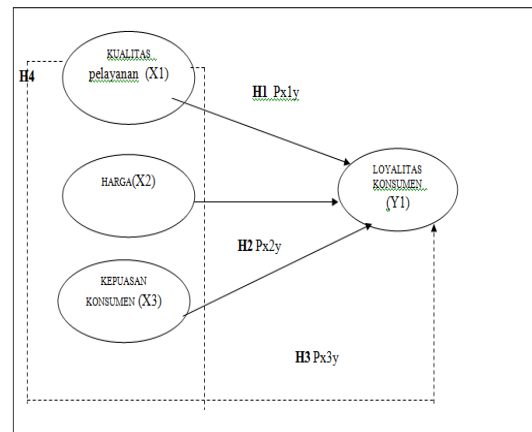
Sumber : Nalendra (2017)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa keempat variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut adalah *reliable*.

Hasil uji persyaratan analisis menunjukkan bahwa skor yang diperoleh untuk setiap variabel penelitian telah memenuhi syarat untuk dilakukan pengujian statistik lebih lanjut, yaitu pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji empat hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas konsumen.
3. Terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
4. Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan

konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen.



Sumber : Nalendra (2017)

Gambar 3. Model Hipotik Penelitian

Dari model hipotik penelitian dari gambar 3 dapat digambarkan proposisi hipotetik yang diajukan oleh peneliti dapat diterjemahkan ke dalam persamaan struktural sebagai berikut:

$$Y = P_{X1y} X_1 + P_{X2y} X_2 + P_{X3y} X_3 + P(X_1, X_2, X_3)y + \varepsilon$$

Untuk menghitung koefisien jalur $P_{yx1}, P_{yx2}, P_{yx3}, P_y X_1, X_2, X_3$ maka dihitung terlebih dahulu koefisien korelasi antara variabel penelitian dengan bantuan software SPSS17 dan hasilnya disajikan sebagai berikut :

Tabel 6 Hasil Penghitungan Korelasi

N O	Variabel	Ket	X1	X2	X3	Y
1	X1	PEARSON				
		CORRELATIO	1	19	23	19
		N		9	7	6
		SIG	0	01	00	01
2	X2					
			15	15	15	15
		N	0	0	0	0
		PEARSON	19		33	20
3	X3	CORRELATIO	9	1	1	3
		N				
		SIG(2TAILED	01	0	00	01
)	5	0	0	3
4	Y					
			15	15	15	15
		N	0	0	0	0
		PEARSON	19	20	41	1
5		CORRELATIO	6	3	1	1
		N				
		SIG(2TAILED	01	01	00	0
)	6	3	0	0
6						
			15	15	15	15
		N	0	0	0	0
		PEARSON	19	20	41	1

Sumber : Nalendra (2017)

Dari perhitungan tabel 6 didapat koefisien korelasi sebagai berikut :

$ryx1 = 0,196$

$ryx2 = 0,203$

$ryx3 = 0,411$

Peneliti hendak menguji apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan (x1) dan harga (x2) dan kepuasan konsumen (x3) dan loyalitas (y). Jika suatu hubungan tidak sama dengan 0, maka dapat dikatakan terjadi hubungan. Dari perhitungan baris-baris *Pearson Correlation*, dihasilkan hasil-hasil sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berhubungan secara positif dengan loyalitas pelanggan sebesar 0.196 ($r = 0,196$).
2. Harga berhubungan secara positif dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,203 ($r = 0,203$).
3. Kepuasan Pelanggan berhubungan secara positif dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,411 ($r = 0,411$).

Tabel 7 Hasil Penghitungan Koefisien Jalur

Mdel	Unstandardized Coefficient		SC	t	Sig
	B	S.Error			
(constant)	10.956	3.196	Beta	3.428	.332
X1	.054	.044	.096	1.235	.219
X2	.108	.139	.062	.780	.437
X3	.362	.080	.367	4.553	.216

Sumber : Nalendra (2017)

Koefisien jalur adalah nilai Beta sebagai berikut :

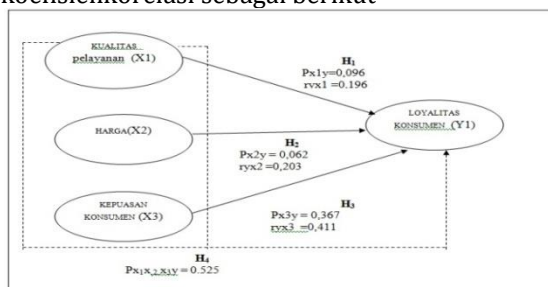
Dengan nilai signifikan $> 0,05$ sehingga dari perhitungan yang disajikan dalam tabel 7 menghasilkan penemuan yakni adanya pengaruh antara beberapa variabel seperti :

$pyx1 = 0,096$

$pyx2 = 0,062$

$pyx3 = 0,367$

Dengan demikian dapat digambarkan model hipotetik dengan koefisien jalur dan koefisien korelasi sebagai berikut



Sumber : Nalendra (2017)

Gambara 4. Hasil Hipotik Penelitian

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif antara kualitas

pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian koefiesn korelasi dan koefiesn jalur di dapat interpretasi bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut :

Koefisien korelasi sebesar 0,196 dan koefisien jalur sebesar 0,096, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian koefiesn korelasi dan koefiesn jalur di dapat interpretasi bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut koefisien korelasi sebesar 0,203 dan koefisien jalur sebesar 0,062 yang berarti bahwa kedua variabel harga dan variabel loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian koefiesn korelasi dan koefiesn jalur di dapat interpretasi bahwa pengaruh kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut koefisien korelasi sebesar 0,411 dan koefisien jalur sebesar 0,367 yang berarti bahwa kedua variabel kepuasan konsumen dan variabel loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Hipotesis ke empat dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen. Ketiga variabel predictor kualitas pelayanan (X1), harga (X2), kepuasan konsumen (X3) berpengaruh bersama sama terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) dengan koefisien korelasi sebesar 0.525

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa atas hasil penelitian, maka dapat ditemukan berbagai hasil penelitian. Penelitian ini menemukan bukti empiris bahwa adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pelanggan. Koefisien korelasi sebesar 0,196 dan koefisien jalur sebesar 0,096, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan. Hasil kedua adalah terdapat pengaruh positif antara harga terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian koefiesn korelasi dan koefiesn jalur didapat interpretasi bahwa harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut koefisien korelasi sebesar 0,203 dan koefisien jalur sebesar 0,062 yang berarti bahwa kedua

variabel harga dan variabel loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil ke tiga adalah terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Hasil pengujian koefisien korelasi dan koefisien jalur di dapat interpretasi bahwa pengaruh kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebagai berikut koefisien korelasi sebesar 0,411 dan koefisien jalur sebesar 0,367 yang berarti bahwa kedua variabel kepuasan konsumen dan variabel loyalitas konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil ke empat dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, harga dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen. Ketiga variabel predictor kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), kepuasan konsumen (X_3) berpengaruh bersama sama terhadap variabel loyalitas konsumen (Y) dengan koefisien korelasi sebesar 0.525

REFERENSI

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Cooper, E. D. (2005). *Pengukuran Reliabilitas dan Validitas Instrumen*. Bandung: Pradnya Paramitha.
- Dharmamesta, B. S. (2004). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia Universitas Gajah Mada*, Vol.14, No, 73–88.
- Gozali, I. (2001). *Aplikasi Analisa Multivariete Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. (2009). *Ekonometrika Dasar*. Terjemahan Sumarno Zain. Jakarta: Erlangga.
- Juliasari, N., & Hakim, A. (2011). MOBILE MAIL CLIENT MENGGUNAKAN JAVA 2 MICRO EDITION. *BIT*, 8. Retrieved from http://riset.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2013/10/MobileMailClient_Nonijuliasari.pdf
- Madiun, D. K. (2016). Gambaran Umum Kota Madiun. Statistik Kota Madiun.
- Manus, F. W. ., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA*, 3(2), 695–705.
- Nalendra, A., R., A. (2017). Laporan Akhir Penelitian Mandiri. Tangerang: AMIK BSI Tangerang
- Pertiwi, R. W., & Widiyanto, I. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Minat Churn Indosat*. Thesis. Universitas Diponegoro. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/46436/>
- Pongoh, M. (2013). Kualitas pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As Telkomsel Di Kota Manado. *Jurnal EMBA Universitas Sam Ratu Langi Manado*, Vol.1 No.4, 86–94.
- Pratiwi, I. D. (2010). *Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Internet Flash Unlimited Di Semarang*. Skripsi tidak diterbitkan Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ramaz, P. T. D., Mandiri, P., & Jaka, D. I. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. D’Ramaz Putra Mandiri Di Jakarta. *Jakarta: Media Manajemen Jasa*, I(1), 1–94.
- Sanjaya, U., & Prasatyo, K. W. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Penonton untuk Menonton Film. *JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI*, 18(1), 103–108.
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Alfabeta, Ed.). Bandung.
- Suliyanto. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Switching Cost Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 11–18.
- Susetyo, M. (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan PT Indosat Terhadap Loyalitas Pelanggan IM3 di wilayah Kabupaten Wonogiri Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Widjoyo, S., Hatane, P., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya. *Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.